

企業責任とビジネスにおける 目的達成をめぐる相克

*Conquering conflict between corporate responsibility
and the purpose-setting /-pursuit in the context of business*

高 岡 伸 行

Takaoka, Nobyuki

ABSTRACT

This paper unveils that the conflict on CSR is antagonism over the setting and pursuing the purpose of businesses, through the reconsideration of the CSR criticisms. The concept of CSR is neither the purpose nor means of business corporations. I point out that it is an assumption and the inevitability of value-creation by corporation.

This paper is based on the intention of redesigning the CSR research as knowledge of control on business corporation.

1. はじめに

企業の社会的責任（corporate social responsibility: CSR）をめぐる議論が百花繚乱の様相を呈している。かつてCSR研究に対しては、その概念や理論の妥当性に懐疑の目が向けられ、その理論自体が曖昧であるばかりでなく、その実践が社会にとって害悪でさえあると、批判されてきた。

それがグローバル化の進展する中で、CSRは手放しで推奨され、産業界はもとより、株主や市場からお墨付きを得て、現代企業にとっての当然の役割とさえ位置づけられている。さらにはCSRの戦略発想の議論までもが注目を集めている。そこではCSRが企業価値の向上に寄与する、少なくとも

も企業価値や企業の経済的利益の向上に寄与する CSR の展開方法が可能であると主張される (Porter= Kramer 2002, 2006; Werther=Chandler 2006)。しかしそれらは眉唾物として疑ってみる必要がある⁽¹⁾。

CSR の戦略発想の議論はもちろん、昨今の CSR ブームに便乗した諸議論はかつて CSR に向けられてきた諸批判や問題点を理論的に何ら解決していない。この点を無視して論を展開しても、CSR 研究の含意を益々減退させるだけである。CSR 研究はそもそも何を明らかにしようとしてきたのか。何を目的とし、どのような含意や意義を提起し、どのような機能を果たしてきたのか。それらはどのような論拠及び妥当性に基づいているのか。

本稿は CSR をめぐる批判や対立を再考し、CSR をめぐる相克の本質が企業責任とビジネスにおける目的設定、並びにその達成をめぐる対立であるということ、そして CSR という概念が企業目的と矛盾するどころが、株式会社制度や企業経営において、目的達成の必然であり、前提である、ということを再確認することを課題とする。

次節では CSR に対する諸批判を検討し、CSR をめぐる相克が企業目的の設定と達成をめぐる対立であることを提示する。そして 3 節では株式会社制度と株式会社企業の組織及びビジネスという企業概念の関係構造と、既存の CSR 研究における企業目的と CSR 概念との関連についての見解を対比し、CSR を企業制御の知として再構想するための方向性を提起する。

II. CSR 批判の構図と本質

2-1: CSR 批判と対立の構図

CSR 概念は社会経済システムにおける株式会社企業の影響力の拡大を背景に、企業活動に伴う弊害やそれに起因する企業批判の緩和と、企業の影響力を

(1) この点の詳細は基本的に本稿では言及しないが、古典的な CSR 批判を抛り所に、戦略発想の CSR 思考の矛盾や陥穽の指摘についての一端は拙稿 (2009) を参照。

堅持するための自主規制の指針として登場し、隆盛してきた（Frederick 1987, pp.144-5.; マコワー他 1997, pp.22-44.; ペイカン 2004, p.28）。とりわけ CSR 概念を推奨する論者は、それを自由企業体制を堅持し発展させる拠り所とする。

例えば古典的には Bowen（1953）や McGuire（1963）は株主利益以外の社会に対する責任を経営者が負っていると述べ、Davis=Blomstrom（1975, p.6）は CSR を社会全体の福祉と企業組織の利益双方を守り改善するよう経営者を指導する指針と捉え、自己利益を獲得しつつ社会全体の繁栄を維持・推進させようとする意思決定者の責務であるという（ibid, p.39）。

そして現在においても同様の意向が示されている。例えば米国の社会的責任経営の推進企業や経営者の集まりである BSR（2002）や経済同友会（2003, 2007, 2008）は、CSR を今日の社会経済システムにおける諸々の社会問題を解決し、企業と社会双方の相互発展を実現する指針に位置づけている。しかも多様なステイクホルダーとの協働のもとにそれが可能であると考えると同時にこうした関係構築そのものを CSR を果たすことと捉える。CSR こそが多様な知の交流を促し企業経営のイノベーションを喚起し、企業と社会の相互発展を実現する拠り所として構想されているのである（高岡 2004 参照）。

こうした CSR を支持・推進する見解の基には、いわゆる進歩主義的ビジネス観と権力責任均衡の法則の考えがある（Davis = Blomstrom 1975）。そこでは企業と社会の利益は相互依存的であり、企業こそが社会の進歩と発展を担い、企業の発展こそが社会の利益に寄与するという進歩主義的ビジネス観を基礎にし、その相互利益の実現を担うのが経営者の役割であるというのである。とりわけ日本の経済界では私法人である株式会社企業をその影響力の強大さから社会の公器という発想で捉え、公としての役割から社会との関係形成を図ることを引き受けることが企業及び経営者の役割であるという理念がこうした CSR 観を支える一因になっている（小田 1992 参照）。

伝統的な利益追求と同時に社会的便益を結実させていかなければ、企業（経営者）の影響力の源泉である権力を喪失してしまうので、それを回避するため、

社会からの批判や要請への応答として CSR が展開されてきたのである（ミッチェル 2003 参照）。

したがって、CSR 概念は社会を救うためなどではなく、元々も今も企業を救うためにある、ということに留意する必要がある（ペイカン 2004, pp.207-10.; マコワー他 1997, p.5）。

しかし CSR 概念を批判する論者は、CSR という概念を実行することこそが自由企業体制を危機に迫り、社会的不利益を招いてしまうと CSR を否定する。CSR 概念やそれを推奨する論理は欺瞞に満ちているか、せいぜい偽善の方便にしかないというのである。

その CSR 批判は、主に 2 つの枠組みから提起されてきた。自由主義経済を信奉し、CSR 概念が目指そうとする社会的便益は市場の機能によってこそ実現され、それこそが自由社会にとって健全である⁽²⁾と考える市場主義論者と、CSR 概念を理念としては支持しながらも、株式社会制度をめぐる構造上の不備・欠陥から、CSR は駆逐されるか、悪用されると考える制度論者である。まずはこの 2 つの枠組みの CSR 批判をまとめてみよう。

■市場論者の CSR 批判

自由主義の市場論者は CSR 概念を、嫌悪感をむき出しにして、批判してきた。例えば Levitt (1958, p.47) は株式会社の事業はカネを産み出すことであり、甘い音楽を奏でることではない、すなわち福祉や社会の利益は株式会社の担う役目ではなく、それらは自由企業体制の中で市場を通じて自然に維持されるが、CSR がそのメカニズムを歪め、阻害すると批判する。

また Hayek (1969) は経営者が株主から資本の運用を任された存在で、株主の利益に奉仕することを第一の責務にするにもかかわらず、CSR という名の下に政治や慈善、教育の領域などに支出をすることは、経営者に強大な権力を与えることになり、長期的には企業に対する政府の介入を招き、自由企業体制

(2) 市場論者の CSR 批判の構造やそこでの企業観及び問題点などに関しては谷本 (1987, pp.98-104.) を参照。

を崩壊に導くことになるが故に、CSRに反対すると述べている。そしてCSRを提唱・実施している大企業の経営者を「自殺衝動に駆られている」と批判⁽³⁾し、最も激しいCSR批判を展開してきたフリードマン（1974; 2008）は、企業のただ一つの社会的責任は、株主から提供された諸資源を、ゲームのルールの枠内で最も効率的に使用し、利益を最大化することであると主張する。また責任を負えるのは個人であって、擬制である会社はそもそもその責任主体になり得ず、株主の代理人である経営者がそれを引き受けることは横領に等しいとCSRを批判してきた。

ここで批判される社会的責任とは、慈善的寄付や社会貢献などのフィランソロピーはもちろん、事業活動を行う上での従業員への配慮や必要以上の法規の尊重⁽⁴⁾なども含まれる。

この枠組みのCSR批判は自己責任不履行型と公共領域侵犯型という2つの公共性侵害という考えに起因する（高岡、吉田 2008; 高岡 2009）。自己責任不履行型の公共性侵害はCSRという概念を果たすことが株式会社制度に付与され正当化された基本的責務を逸脱するどころか、それと矛盾し、財やサービスの生産と利益創造及び株主への富の還元という本来の役割を歪めるという考えの批判である。CSRを株式会社企業が果たすことは株式会社制度に社会から求められ、規定されている役割からの逸脱であり、社会的役割分担を乱し、社会的損失や不利益を構造的に産み出し、結果的に社会秩序を歪めることに帰結してしまうというのである。

本務逸脱による社会の歪曲を強調するのが公共領域侵犯型の公共性侵害の問題である。これは本来、経済原則で調整されるべきではない公共領域を、経済原則や私的で恣意的な意向から調整・操作し、浸食してしまう可能性を指摘し

（3）1989年全米エコノミスト協会のサンフランシスコ大会の講演でこう発言している。

（4）例えばフリードマン（1974, p.323）は経営者が、インフレ防止努力として、物価高騰を危惧し、製品価格上昇を抑制したり、法規の範囲を越えて環境改善努力や汚染防止負担を引き受けること、そして貧困抑制のために良質な労働者を雇用するよりも失業者などを優先的に雇用することなどは資源の有効活用を阻害し、自由を歪めるとして批判している。

たものである。株式会社やその経営者は社会問題解決や社会の利益を担う権限を持ち合わせていない。にもかかわらずそれを担わせることは、選挙を経て選出されていない議員に政治を委ねるようなもので、行為の結果に対する責任の所在を曖昧にする。しかも何の公的な権限も正当性も持たない主体（企業や経営者）が、社会の利害を調整することは、企業や経営者自身に都合の良いように社会が歪められる可能性を危惧したものである。

ここでは企業の目的は株主利益を最大化することで、それこそが株式会社企業の基本かつ唯一の責任である、ということをお大前提にする。また経営者はあくまでも所有者である株主の代理人であり、その経営者が社会の利益ということをお理由に株主の資金を CSR につぎ込むことは背任や横領に等しいと主張される。

自己責任不履行型問題は CSR を担うことそのものを株式会社企業やその経営者の責任放棄と見なし、株式会社企業の機能や株式会社制度に向けられた期待に反するとして問題にする。それに対して公共領域侵犯は CSR が遂行されることによる弊害を問題にする。経営者の裁量や権力の拡大という問題を介して、前者が株式会社企業や制度の私物化を問題にするの対して、後者は社会の私物化をある種、問題にしているとも言える。

市場論者の公共性侵害の視点は CSR が善意に基づいているかどうかを問題にはしない。善意に基づいていたとしても行為の帰結は同じであり、むしろ悪用されるとさえ考える。つまり CSR という名目がこうした株式会社企業の私物化や公共空間の操作・浸食を巧妙にカモフラージュする役目を果たしてしまう、と批判するのである。

■制度論者の CSR 批判

制度論者は株式会社も制度である以上、その存立基盤は公共の秩序と発展という公益への寄与にあると考える（ベイカン 2004, pp.200-5.）。その意味で CSR の理念には共感する。しかし株式会社制度は資本の結びつきと増殖を容易にするための仕組みで、それを優先するために、無責任と責任転嫁を助長する制度

上の不備を抱えており、そもそも CSR を果たすることが構造上不可能であると考え。さらに CSR の提唱がその不備を覆い隠し欠陥の延命や制度改革の遅滞をもたらすと批判する（ベイカン 2004, pp.82-6.; 奥村 2006, pp.195-8.）。

例えばベイカン（2004, p.78）は CSR は精神病患者が偏執的な自意識過剰さという危険な性格を上っ面の魅力で覆い隠すのと同じで、企業の偽りの思いやりや気遣いを示す以上の役割を果たさず、企業が社会の支配者の役回りを担うための、また担い得るということをアピールするための偽善であるという（同上, p.38）。また奥村（2006, pp.20-4.）は CSR 論は、株式会社のあり方や機能を変革するためのものでなければ、無意味であるにもかかわらず、これまでも現在も CSR の議論は、既存の株式会社のあり方を是認したまま、せいぜい道徳的説教をしているか、会社を守るための宣伝でしかないと批判する。

この枠組みの CSR 批判の焦点は株式会社制度の制度設計や構造上の不備にある。つまり CSR はそもそも制度に規定された機能と矛盾するので駆逐されるか、せいぜい自己利益の偽善や欺瞞の道具にしかならない、というのである。

株式会社の制度上の不備としてベイカン（2004, p.22）やケネディー（2002, p.231）は、有限責任制、法人格付与、証券化・持分譲渡可能性及びそれらによる不在所有制の定着などをあげる。⁽⁵⁾ ミッチェル（2005, p.72）は有限責任こそが株式会社企業の無責任を生み出していると指摘し、ベイカン（2004, pp.18-20.）は有限責任制が法人としての会社に CSR（という理念）の必要性を迫る背景であるとも示唆する。

制度論者は私法人、とりわけ営利法人は、特許状企業や憲章企業のように設立が自由ではない上に、国家や議会によって統治され、公益に資する場合にのみ年限を予め区切って設立や活動が認められていたのは、会社という仕組みが資本の集積と増殖に優れ、強大な権力を付帯し社会に影響を与えることを承知

（5）これらの問題は株式会社制度及び株式会社企業の存在性が公益への寄与にある、という考えを前提に、株式会社制度そのものの不備とも解されているし、対 CSR における不備、もしくは CSR という概念を媒介することで、より一層際だつ制度の不備とも解され得る（奥村 2000 参照）。

していたため、その影響力蓄積による弊害を防ぐためであったという（ベイカン 2004, pp.11-30.; コーテン 1997, pp.68-85.; ケネディー 2002, pp.230-2.）。

しかし様々な思惑から、準則主義や法人格が認められ、擬制としての存在に主体としての権利を与えられ、自由に設立されようになる。⁽⁶⁾ 有限責任制は出資をより容易にし、資本の集積を加速化させ、会社の設立と巨大化を促進する。それらによって、株式会社の大規模化を可能にし、社会経済システムの発展のエンジンとしての役割を果たし得るが、証券市場を通じた持分譲渡の容易さや所有と経営の分離による専門経営者の登場と定着によって、不在所有制のもとに経営が行われる。

こうした諸要因が重なって以下のような状態が株式会社制度をめぐって構造化していると指摘する。株式会社企業は、他者に不都合を押し付けてまでも（外部化しても）、資本効率に基づく自己の利殖を目指した利益追求を行動原則とする（ベイカン 2004, pp.182-6; コーテン 1997, pp.68-9.）。それが制度的に認められ、正当化されている。所有者としての株主はその企業の産み出した富を得る正当性を持つが、企業行動の結果に対して出資分以外の責任を果たすことを免除されており、しかも所有者としてよりも投資家として企業にかかわる。企業による決定の社会的影響には基本的に無関心であり、それに対して責任を負う必要性もない。会社は機能としては実在するが自然人のような実体ではなく、良心をもつこともなければ、問題を起こしても投獄することもできない（奥村 2006, pp.103-24.）。経営者は株主や会社のためという意向に基づいて決定をしなければならないが、そうした体裁を保つことが何より重要になる。つまり株主－会社－経営者の三者間で決定や結果に対して責任転嫁が可能となり、無責任構造が確立してしまっているというのである。

したがって、株式会社企業は自己の利殖のために行動することを許容されて

(6) 米国ではご存じのように会社法は各州で制定されているため、州の税収をあげるために、誘致の一環として設立認可の要件を緩和したり、法人の権利内容を優遇してきたことなどをここでは指している。

いるのであり、経営者も最高利害関係者の原則を無視して社会的責任などを果たす権限も正当性も与えられていない。にもかかわらず、株主や会社の自己利益を犠牲にしても社会の利益を考慮し得るとか、企業と社会の利益は両立し得る、もしくはそれを目指すというような印象を与えようとするのは、偽善であり、倫理的で良心のある経営者がCSRを本気で果たしたいと思ったとしても、それを認める法的な根拠も権限も持たないために駆逐されるというのである（バイカン 2004, pp.49-64.; ケネディー 2002, pp.234-6.）。しかもCSRの遂行を担う経営者が悪徳な場合は市場論者の危惧する公共領域侵害の問題のように、社会の利益や株主利益重視を建前に、企業を私物化し、私腹を肥やし、何の権限も正当性ももたない経営者が社会を操作してしまうことになるという。それは欺瞞以外の何物でもないと批判する。

2-2：CSR批判と相克の本質

さて、こうしたCSR批判の構図は表1のようにまとめられよう。市場論、制度論どちらの枠組みも企業という分析対象の内実として株式会社制度を観ている。しかし株式会社制度そのものと株式会社企業を分析対象とするという微妙な違いがある。

市場論者も制度論者もCSR批判を介して社会の利益を考えるが、社会にとって富の創造と分配の制度で、その機関である株式会社制度やその企業が私的利益を最優先に追求する機関になることを構造づけられていることで、公益が犠牲にさらされているという制度論者に対して、市場論者は私的利益の追求こそ

表 1 CSR批判の特徴

	市場論者の見解	制度論者の見解
対象となる企業の実像	株式会社企業	株式会社制度そのもの
会社制度の基本的役割	利潤最大化の道具	公益への寄与
法人概念	法人擬制説	法人実在説
経営者の位置づけ	株主の代理人	会社の受託者
CSR概念の存在	企業目的を阻害	制度上の不備から駆逐
CSRの容認姿勢	手段としてのCSRを承認	目的としてのCSRに近似

が公益にかなうと考える。

CSR 研究の古典の一つである Dodd (1933/1998) は市場論者と制度論者の CSR 批判を整理し、その批判に対峙して CSR 概念を擁護し、かつその責任主体を規定するのに役立つ見解を提示している。

かれは、私有財産制と契約の自由に基礎を置く資本主義社会の法体系上、個人企業であろうと所有と経営の分離した近代株式会社であろうと、ビジネスに携わる個々人は契約上の義務をもっぱら負いながら、自己の私的利益を追求するためにビジネスを行うこと、またはそれにかかわることを基本にするが、そうした社会にとって会社はビジネスの道具であり、それを公式化したのが会社制度であるという。そして近代株式会社の場合、会社を擬制と見た場合、取締役や経営者は株主の代理人と見なされるが、実在と見た場合、経営者は会社の受託者と見なされるという。まさしく市場論者は擬制説、制度論者は実在説に立つ。

しかし会社の目的や機能はその制度規定上、株主の利潤追求であるので、経営陣が株主の代理人としてではなく、会社の受託者として付与された権限行使して会社のために尽力しても、実質的には株主利益の増進に適うことになる、と指摘する。

そして株式会社制度はその所有者である株主の権利を規定し、利益を保護し、調整するための体系ではあるが、以下の2つの理由から、株式会社制度そのものは株主のためだけに存在しているのではなく、その機能は社会のためにあるという。

第一に法は社会秩序のためにあり、法が会社制度を許容し推奨しているのは、会社が所有者の利潤の道具や源泉であるというよりも社会に対する給付の源泉として存立を認められている、という考えである。第二に、法は社会（世論）によって創造される。その社会が会社株主や法人の利潤追求機能と同様に社会利益への寄与をも包含した経済制度であることを期待し、そう解するようになってきている、という認識である。したがって、近代株式会社の経営者

は株主や法人の代理人や受託者としてだけではなく、株式会社制度の代理人としての役割をも付帯する、つまり株式会社には自己利益の追求のために、社会の利益を考慮する責任があり、経営者はその責任主体となり得る、というのである。⁽⁷⁾

確かに CSR に対する批判やそれをめぐる対立は従来、経営者の裁量や権力の拡大と制御の問題として理解されてきた（谷口 2006b, pp.97-100.）。CSR 概念を支持する見解では経営者こそが、企業と社会相互の利益を担うことを提唱していた。CSR 概念を支持するだけでなく、その責任主体として経営者の役割を重視し、経営者裁量や権力の拡大を肯定的に指向するのに対して、CSR 批判を展開する論者は、それが経営者による企業と社会の私物化をカモフラージュするという共通した指摘にあったように、CSR 概念自体と同等に、経営者権力を社会的無責任や不利益を現実にする要因と捉えていた。市場論者の立場からすれば、経営者が株主利益に反して、自己の私的かつ倫理的な意向に基づいて企業経営を行うこと自体が自己責任不履行であり、公共領域侵犯を現実にしてしまうことになるので、批判の焦点でもあった。⁽⁸⁾

しかし CSR の相克の本質として問題とすべきは経営者裁量や権力の問題ではない。経営者裁量の問題は、その拡大が企業目的の達成を阻害すると考えられているからこそ、問題視されるのであり、それぞれの枠組みや論者の考える、企業目的の達成に経営者裁量の拡大が寄与するならば、この問題は表出ししない。

(7) Dodd (1932/1998) の見解をこのようにまとめるに当たっては、森田 (1974a) の解説を参考になっている。また当時の理論動向や時代背景などに関しては森田 (1974b)、中原 (1975a,b) の考察を参考になっている。

(8) 市場論者や制度論者が批判するような、善意を装った経営者の振る舞いによる社会的無責任や経営者の怠慢から企業組織の価値創造能力を削いでしまう個人の心理的、組織的な要因などが作用するメカニズムの詳細に関しては、エリス＝ティッセン (2002) やフィンケルシュタイン (2004) を参照。とりわけ私利を克己し得ない悪意的なそれについての考察は前者を、自己と組織の成功を目指し、献身的に仕事に没頭しながらもポジティブな要素が意図せざる結果を招き、成功欲求が自己保身欲求に置き換わることで会社や社会に損害をあたえてしまうような考察については後者を参照。

むしろ CSR という概念を介することで、企業目的に合致しない企業経営が行われてしまう、というのが批判の本質であろう。経営者裁量や権力の拡大は企業目的の設定や達成に影響を与えるが、それは目的設定と達成への影響として問題なのであり、経営者権力の拡大や制御の問題は CSR 概念やその実施においては媒介要因でしかない。

企業責任の基本は株式会社制度の次元であろうと、企業組織の次元であろうと、その目的達成にある。その企業目的の達成を阻害すると捉えられているところに CSR 批判や相克の本質がある。CSR をめぐる相克は、誰がどのような目的をどのような論拠に基づいて設定し、どのように実現するのか、という企業目的の設定とその達成の構造及びプロセスをめぐる問題であると認識する必要があるのである。そこにこそ CSR という概念を位置づけなければ理論的な CSR の相克の解消はあり得ない。

III. 企業責任の達成枠組みとしてのビジネスにおける CSR の位相

3-1: ビジネスにおける企業目的と CSR の位相

企業目的との関連において CSR は、それを補完する手段としてか、目的そのものとして位置づけられる傾向にある。これは CSR を否定する CSR 批判論者だけでなく、支持する論者においても同様である。

しかし CSR は株式会社制度とその企業組織のどちらの次元であろうと、企業目的と矛盾するどころか、むしろそれを達成するための必然であり、前提と捉える必要がある。企業目的そのものやそれを補完する手段として捉えることこそが、CSR という概念のもつ含意や機能を減退させ、CSR 批判の論者が危惧するパラドクスをもたらすことになる。手段としての CSR の位置づけ、目的としての CSR の位置づけ、それぞれの CSR 観の陥穽を見てみよう。

■手段としての CSR の位置づけの陥穽

市場論者は株主利益の最大化という狭義の伝統的な企業目的を達成するため

の手段としてのみCSRを許容する。例えばフリードマンはCSRを自動車ショーで自動車という商品を際立たせる美人モデルと同じ程度の働き程度にしかならないし、本来の目的を達成する手段としてであるなら差別化の一つの要因として容認する⁽⁹⁾。

しかし手段としてCSRを位置づけるという捉え方は、そこで想定される企業目的やその達成の行動原則を制御したり、変質させるのではなく、そこに包摂され、それを促進する役目を担うことになる。

CSRを手段と位置づける発想は、Frederick (1998, pp.42-3.) がCSRトラップと読んだ思考と関連しており、CSRパラドクスやCSR研究の陥穽を助長する可能性がある。CSRトラップとはCSRを考察する基礎となる「企業と社会」論における研究アプローチに関する問題を指す。それは企業と社会の関係のあり方を捉える際の視点が、企業中心主義的で、企業と諸要素との関係を分離思想的に捉える指向の中で、企業というシステムの機能充足の観点から社会（の批判や要望）に対応する知見を探求・提供しようとする意向を批判するものである（高岡 2005,p.7, pp.10-1.）。それは社会の中の企業という視点から、企業と社会の関係を客観的に把握するという性質の研究を、社会制御の知に転換させてしまうという危惧に起因している。

このCSRトラップはCSRを手段として位置づける発想の下、ステイクホルダーアプローチを介してより確実になる（Frederick 1998, p.44; 高岡・谷口 2003, pp.18-20.）。CSRとは事業活動に関わる社会問題に対応することで、その社会問題はステイクホルダーの要望から生み出されるという理解に基づいて、ステイクホルダーの要望の把握と対処をCSRマネジメントと位置づける。そこでは社会問題ではなくステイクホルダー問題への対処、つまり自社にとって重要

(9) ベイカン（2004, pp.47-8.）とのインタビューでこのような趣旨の発言をしているが、フリードマン（1974, pp.326-8.）の見解と照らせば、本意としては手段としてのCSRすらも受容していないと思われる。CSRなど偽善であるからやめるべきだということ、お飾りで行うのをやめ、本腰を入れて行ふべきだと主張しているかのようにとられかねないほど、ビジネスパーソンがCSRを肯定していると批判しているからである。

なステイクホルダー及びその関心の把握、それを組織内に取り込み、対応のプロセスと対ステイクホルダーごとのパフォーマンスの管理を社会的責任を果たすことと解する⁽¹⁰⁾ (Clarkson 1991; 1998)。

ステイクホルダーへの対応が社会への対応となり、社会的責任を果たすことであるというのは問題のすり替えであるばかりでなく、共益的な関係構造の中で、企業や経営者の決定や行為の自己正当化を容易にしてしまう (高岡 2006, pp.126-32.)。それは2つの公共性侵害を現実にする構図を誘発する。

CSRの戦略発想の議論は基本的にこうした論理に基づいて構想を展開している。CSRジレンマという着想そのものが伝統的な企業目的との関連づけや、それへの寄与を前提としたCSR展開を出発点にしており、論理的にCSRパラドクスを引き起こす可能性がある (高岡 2009)。しかもステイクホルダーアプローチは利害関係者をまさに機能主体として照射し、企業との関係を捉えるが、同じステイクホルダーグループに属するステイクホルダーでも、例えば従業員や株主は、労働力の提供や資金の提供という機能性の点では同質であっても、会社やビジネスにかかわる際のコミットの度合いや流動性は大きく異なる。ステイクホルダーアプローチはステイクホルダーの多様性は考察の範疇に入れているとしても、流動性の問題を包含しきれていない。流動性の高いステイクホルダーへの専心的対処や配慮はレイナー (2007, p.150) がいう、戦略的柔軟性の欠如に起因する戦略の失敗に帰結する土壌ともなる。極端に言えば、特定のステイクホルダーの要望や関心に入れ込むことが、戦略の問題としても目的達成を阻害する可能性のあることに留意しなければならない。

■目的としてのCSRの位置づけの陥穽

逆にCSRを目的として位置づけることにも問題がある。企業とは社会の利

(10) CSRトラップの問題は「CSRは儲かる」、「CSRはペイする」という類のふれ込みの議論にも見られ、そこではステイクホルダー問題の陥穽を看過している (Werther=Chandler 2006)。ボーゲル (2007) はこの種の論の真意は疑わしいと批判した上で、啓発された自己利益という発想も含め、長期的利益の観点からCSRを正当化しようとする議論にもみられる、CSRと利益向上を関連づける発想そのものに疑問を呈している。

益のために存在するので、それを目的として企業行動を評価・指導するような類の見解がある。そこでは CSR を社会の利益を目指す指針と解し、CSR そのものがある種企業の目的と位置づけられる。制度論者は CSR という理念に賛成しているのであり、CSR を企業目的そのものに据えることを主張しているわけではない。ただし株式会社企業を社会の道具と位置づけている点では共通している。

制度論者は公益に寄与する企業行動を可能にするために、株式会社制度の改革を指向する。憲章企業や特許状企業の時代のように、株式会社企業を社会の統治下におくような制度改革をである。例えばベイカン（2004, p.205）はほとんどの企業法がその法体系内に有しているという「株式会社設立認可撤回法」を行使することを主張する。それは企業が公益を著しく害していると政府が見なした場合に企業を解散させたり、裁判所命令を求めることを規定した条項である。

また奥村（2006, pp.206-10.）は株式会社企業のあり方を変革し、CSR を果たさせるために、企業規模の縮小や大企業体制の解体を主張する⁽¹¹⁾。企業組織は規模の経済を働かせるために組織体として巨大化を指向し、その巨大化を株式会社制度の諸要素が支えてきたが、逆に規模が巨大化したことで、非能率や官僚主義的な管理不能に陥る規模の不経済の危機に見舞われていると指摘し、そこでその巨大な組織体を維持するために資本原理の圧力に益々さらされることになることを示唆する。そして組織構造の再編や持株会社を通じた分権ではなく、独立した企業体の規模そのものをできるだけ小規模にすることを提唱する。さらに株式会社を機能としての実在という認識から捉えることの重要性を指摘する。会社はあくまでも人間の幸福のための道具であり、実体的な主体として扱うような認識を改めるべきであるとである（同上, p.213）。この思想転換が小

(11) 奥村（2006, pp.49-64.）は資本充実の原則と情報公開が近代株式会社制度の存立を認める前提条件であったにもかかわらず、日本の株式会社制度の場合、商法改定などにより、ますます自己資本の充当のハードルを下げることで、株式会社の無責任構造を助長していると指摘している。

規模化の妥当性を基礎づける。そこでこそ、株式会社制度は人間の幸福や公益への寄与という機能を果たしつつ、もしくは果たすために、資本の集積と効率による富の創造を可能にする状態に保たれると考える。

これらの見解や指摘は論理としては妥当であっても、現実性に乏しい。株式会社制度は社会のためにあったとしても、株式会社企業は自らの目的や利益を犠牲にして、公益を唯一絶対の目的とすることはできない。株式会社企業が公益に寄与するためには、当然ながら自己の目的を達成し、存続を確保しなければならない。そのために財やサービスを効率的に生産し、供給していかなければならない以上、資本原理を全く無視することはできない。規模の経済が働く（新興）市場が存在する限り、既存の先進国の株式会社企業は資本（や組織）の規模の大きさを放棄しないどころか益々加速させるであろう。

確かに株式会社企業が現在の規模を維持しながら、その制度規定に則した行動原則に反して CSR を果たそうとするのは困難かもしれないが、公開株式会社企業が社会的責任を考慮し、果たすためには、所有構造を見直す、例えば上場を廃止して未公開企業に戻るなどによって、状況は大きく変わる可能性⁽¹²⁾がある。

株式会社や企業組織は個人のような実体ではなく、確かに機能として実在している（奥村 2006, pp.82-4., p.213）。その機能の要素には自己（株式会社企業もしくは企業組織）の目的設定の機能も含まれる。ルーマン（1990）は自己の目的を設定、修正し得るシステムこそが主体であると指摘した。その意味で機能として実在する株式会社は主体である。

責任とは自己にベクトルの向いた概念である。自らの意志で自己が引き受けるべき役割である。その役割を遂行するのに必要な権限を伴うのかどうか、また過失や不可抗力にかかわらず、補填や現状回復の責めを負うかどうかは責任概念の構成要素として付帯的で、核心は対象や問題に対する主体的な働きかけ、

(12) ただしそうした企業が資本主義システムの中で優勢を占めるかどうか、また利益追求において CSR を果たすことが有利に働くかどうかは別問題である（ボーゲル 2007 参照）。

その問題を自己の意識や行為の統制下において、自己の問題として取り組むことを指す（ヘンドリックス＝ルードマン 1997, pp.60-81.）。主体に自由を認めないことは、目的達成や設定の機能を奪うことにもなりかねない。

3-2：CSR 概念の含意と機能

株式会社制度の次元であろうと、その企業組織の次元であろうと、最も基本的で汎用的な企業目的は、富や価値の創造であろう。企業とは価値創造の主体であり、その達成が企業責任の基本となる。ただし企業は単に価値を創造するだけでなく、その価値の分配をも担う。誰にとっての価値や富かという点で対立や齟齬が生じるのである。

しかしいかなる企業目的であろうと、その達成はビジネスというコンテキストに埋め込まれている。Post et al. (2002, p.40) は株式会社制度を含む会社制度はビジネスという企て (enterprise) を調整するための道具であるという。会社制度は、資本の調達と結節及びリスク分散を容易にする取り決めで、富や価値の創造という機能によって、その制度の規定や存在の正当性が付与されると指摘する。つまりビジネスが会社よりも上位の概念ということになる。株式会社企業単独では価値を創造し得ない。ビジネスという営為そのものが富や価値を創造する。株式会社企業はそのビジネスに参加し、それを形成する媒体なのである（レバイン他 2001 参照）。

しかしビジネスは価値を創造するが、その価値を分配するセンターになるのは株式会社というビジネスの媒体である。

高橋（2006b, pp.234-6.）は株式会社をその媒体の内と外を仕切る境界として捉える。会社はビジネスを形成することになる他主体（企業）との契約や交渉を容易にしたり、その媒体自体を形成するための仕切りであるというのである。高橋（2006a, 2006b）はこうしたビジネスの構造もしくは企業概念の位相を超企業組織という概念で捉えている。複数の企業やステイクホルダーが実態として機能するシステムやネットワーク、いわゆるビジネスシステムを組織という

概念で捉え、株式会社をその組織を構成する要素として捉えるのである。

岩井（2002, pp.76-87.）は、ビジネスを形成する媒体である会社は、対外的な契約関係を簡素化する一方で、その媒体自身の内部の所有構造を複雑にすることになるともいう。この所有構造の二重性によって、株式会社は2つの企業価値の位相を持つという。それはヒトとしての株式会社の価値である1）会社のファンダメンタル価値と、モノとしての株式会社の価値である2）株価である。

前者は会社資産を最も効率的に経営したときに、その資産から将来にわたって産み出される予想収益の現在価値である。後者は株式市場における日々の売り買いから決定される株式価格の総額である。両者はアダム・スミスのいう自然価格と市場価格のように必ずしも等価ではない。後者が需給バランスや投機にさらされるからである（コーテン 2000, p.51）。前者がある種、会社の自然価格であり、それは将来キャッシュフローの現在価値として、会社資産の効率的な運用から富を生み出すことを担う経営能力にかかっている（吉田 2006, p.173）。後者がまさに市場価格である。

確かに富や価値の分配局面では、株式会社制度の規定を尊重すれば、その価値は株主のため、というのが妥当なのかもしれない。しかし過度に株主価値を追求する株価経営や株主資本主義こそが、市場論者の危惧した CSR 批判である公共領域侵犯の公共性侵害を助長する。

例えばケネディー（2002, pp.233-6.）は株主価値という考えがこれほどまで浸透した理由として、①株価に反映される株主価値は把握や監視が比較的容易なので、経営者の成果の指標として使い勝手がよい、②ストックオプションを経営者のインセンティブとすることで投資家と経営者の利害が収斂すると考えられやすい、ことをあげる。

この2つの効果として、投資家と経営者の利害の一致が株価にあらわれる、もしくはあらわれるように、業績改善圧力になると指摘する。しかし経営者は株主価値を将来どれだけの収益を見込めるかという観点よりも、現在の株価と

時価総額の維持により関心を払い、あらゆる手段をつかつて、株価維持や向上に奔走するようになると指摘する。

またミルズ（2004, pp.46-7.）はストックオプションを介して、所有者としての株主ではなく、投資家と経営者の利害を一致させたとしても、長期的な会社の価値創造能力を削いでまでも株価を上げようとする衝動に経営者は駆られてしまうという。それが自己の評価とともにストックオプションを介した株価上昇による自己の資産価値高騰には好都合だからである。そこでは株主利益を建前に、会社の長期的な価値創造能力が削がれることになりかねないと指摘する。⁽¹³⁾

さて、Donaldson=Preston（1998）や Post et al.（2002）は株式会社制度とその企業組織との関係や、それと創造される価値の位相の構造、などを整理するのに寄与する枠組みを提示している。それは企業のステイクホルダー観（the stakeholder view of the corporation）と組織富（organizational wealth）という概念である。かれらはまず、現代株式会社企業をそのパフォーマンスに貢献し、富の創造から分け前を得ることを期待する相互に依存する利害や構成者・行為者のセンターと捉える（Post et al. 2002, p.8）。株式会社は、諸ステイクホルダーを結節する媒体であり、その媒体を介してステイクホルダーはビジネスにコミットし、ビジネスを形成する、とである。

そして組織富とはステイクホルダーとの関係形成によってもたらされる、企業の現在的富の一部であり、未来の一層の富を産み出すための当該企業の能力の一部とされる（ibid,p.35）。いわば境界としての会社を基点にした、多様な

(13) 近代株式会社の権力主体は専門経営者から年金基金や投資銀行などの機関投資家に移ってきている。したがって、現在の株式会社企業において CSR の責任を決定する事実上の主体は機関投資家という株主であり、それはある種、株式会社の統治原則に則り健全に CSR が果たされ得る余地を高めているかのようにも解せるかもしれない。しかしこれは不在所有制という、経営に無関心の投資家的感覚の分散した株主が体勢を占めたからこそ経営者権力が獲得・維持される、ということではなく、企業経営に絶大な影響力と関心をもって経営もしくは統治にコミットする機関投資家であっても、株主と会社、経営者との関係だけでは、経営者を制御しきれない可能性を露呈しているのかもしれない。

ステイクホルダーとの連携パターンに起因する関係特殊資産もしくは能力に該当する。この組織富が企業の価値創造能力を左右し、企業の生み出す価値の階層は図1のように捉えられる。つまり株主価値は企業価値に、企業価値は組織富に埋め込まれており、株主利益は企業の価値創造能力に、企業の価値創造能力は企業のビジネスを形成するステイクホルダーネットワークに依存していると捉えられるのである。

しかし、株式会社が株主のものであると同時に会社自身のものでもあるように、株式会社制度は会社のためと同時に社会のためにも存在している。組織富を生み出す関係特殊資産は特定の企業組織や株式会社制度によって所有されるものではない。少なくとも所有に基づいて特定の主体が占有し得るものではない。また会社はその制度の規定によってガバナンスし得たとしても、ビジネスそのものを特定の主体が一元的な権限や規定によっては統治し得ない（レバイン他 2001）。そこでは明記された契約やルールに収まらない、配慮が関係調整において必然となる。そもそも分配の源泉である価値創造を維持し得ないかぎり、分配の論は意味を成さない。

かつてフリードマン（1974, p.328）は、かれの信奉する自由社会の成り立ちやその維持のための関係調整のあり方として、以下のような見解を述べている。それは「市場メカニズムの基礎になっている政治的原理は、合意ということである。私有財産制度に基づく理想的な自由市場においては、ある個人が他の個人に強制を加えるということはできない。すべての協力関係は自発性に基づくものである。この協力関係から、これに入っているすべての集団に益するもの

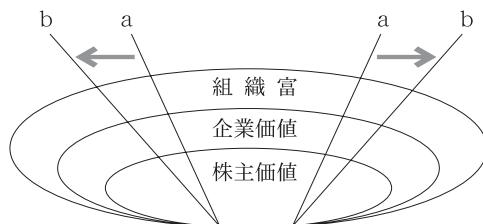


図1 企業の創造する価値の位相

を得るのであり、そうでなければこれに参加しない。そこには各個人が共有している価値と責任との他には、どのような意味においても何の『社会的』価値もなく、また何の『社会的』責任もない。社会とは諸個人の、またかれらが自然に形成する様々な集団の、集合体にすぎない」と、である。

こうした関係形成やその維持のための合意に向けた自己制御こそが、それは自律的か他律的にかかわらず、CSR という概念の役割なのである。CSR という概念は、制度及び個々の企業組織が、自己の役割である価値創造という目的を達成するために形成するビジネスの中で、自己の私利を克己し、関係性の中で規定される役割を果たす必然性を喚起する。

CSR 概念を考慮することの意義や効果は、市場論者や制度論者が株式会社制度の目的やその企業の行動原則として規定する資本原理に對置し、自己の利益追求を目指して効率を優先し、自己にとって不都合を外部化しようとする衝動を制御する働きにある。⁽¹⁴⁾これは企業利益を犠牲にしたり、社会や他者のために企業経営を調整づけるべきである、というような見解に基づくものではない。⁽¹⁵⁾図1のaのラインのように、株主価値や企業価値に止まらず組織富を考慮

(14) コーテン (2000, pp.50-2.) は、自由市場が社会的に資源の最適利用を産み出すには、実は資本の地域所有が必要不可欠であると主張する。そしてかれらがスミスの名を借りて目指すその経済体制はスミスが独占的市場として忌み嫌ったものと酷似していると指摘する。スミスの時代の企業体制はパートナーシップであったが、スミスはその企業形態によるビジネスすら独占を招き社会を歪めると忌み嫌ったという (ミルズ 2004, p.221)。スミスのいう市場競争によって調整されない独占とは売り手がいつまでも自然価格以上の価格を維持しようとする力である。株主価値に適う株価経営は経営者企業においては、膨大な裁量を有した経営者によってだけでなく、莫大な資金を背景にした投資家の自然価格と市場価格との間の乖離を維持する力になる。両者とも企業の資産価値の最大化による結果の株主へのリターンを最大化ではなく、株価需給による価値の偽装を誘発する。経営者は資産の効率運用により価値創造能力よりも、その場その場の業績の見栄えをあげる事が株価上昇に都合が良く、最悪の場合、会計操作による粉飾がもっとも株価の維持や高騰には好都合となる。

(15) 「財やサービスを効率的に生産・販売し、事業体として存続、活動すること自体が社会貢献で、CSR である」という類の見解は問題外である。そこには資本原理や効率の問題と対峙、制御するという性質は見えず、CSR 研究そのものの意義を否定しかねないからである。

するということは価値の分配の幅を広げることをも意味するが、それは自己の目的達成に不可欠な価値創造能力の維持や拡大の前提や必然としてであり、善意や手段からという理解ではない。そして図1のaラインからbラインへの移行は、CSR概念が資本の原理に対置し、ビジネスを成り立たせるために外部化の衝動を抑制するだけでなく、その衝動を生み出す対立や問題を超克する経営革新、つまり価値創造の質の変革を介して可能となる。

ステイクホルダーとの関係形成や協力は、会社や個別の企業組織というビジネスの媒体を構築する際にも、ビジネスそのものを成り立たせるためにも不可欠である。その意味で、ステイクホルダーからの企業批判や要請そのものは経営者を、そして企業行動をその目的に向けて制御・調整する一翼を担っている。ただしステイクホルダーの要望を聞き入れたり、それに対応することがCSRであるというのではない。CSRとは自律的か他律的かの問題はあるが、企業目的を達成しつつけるために、その土壌を確保・維持するための、企業制御の知と解する必要がある。

企業制御の知としてのCSRとは、まさに自己の目的達成を介して自己利益を得る際の、他者に対する配慮や社会性の尊重を指している。しかも、資本の原理に対峙して企業経営のあり方を革新する、アンチテーゼの役割を果たし得る。個々の企業組織の経営革新の蓄積が、株式会社制度の規定を改める素材にもなり得るかもしれない。

IV. おわりに

本稿はCSRという概念に向けられてきた批判を再検討し、CSRをめぐる相克をビジネスにおける企業目的の設定と達成をめぐる対立と捉え、企業目的を達成するという企業責任の基本にとって、CSRという概念は必然と位置づける必要があることを考察してきた。CSRが価値創造という株式会社制度やその企業組織の存在意義に関わる不変的な目的を達成するために、資本原理の影

響に規定された株式会社企業的意思決定プロセスに對置され、ビジネスを成り立たせるための関係主体との協力の際に他者への配慮や社会性を生み出す源泉として、自己を制御するための概念であることを再確認した。

CSR をめぐる対立や相克が、価値創造という局面においては、自己の目的のための前提と位置づけられ得ながら、その価値の分配という局面においては、ビジネスを構成する媒体である株式会社企業やその制度の規定の影響から、利害対立や企業目的を害する要素と解されてしまうがために、CSR 概念や CSR 研究が批判されてきたといえるのである。

CSR 論は「CSR とは何か」という問いの呪縛に縛られてきた。そして CSR とは時間、空間によって可変する企業に対する社会の期待として (Carroll, 1979, p.500), 「CSR とは何かを問うことの意義」を閉却してきたのではないだろうか。しかも社会的「責任」を他者にする行為を責任と捉えすぎている。他者への行為ではなく自己の問題と考えるという思考がなければ、「CSR とは何か」を規定する社会との関係の変容から求められる主体としての企業のあり方を捉え、社会の期待に応えるような自己変革を導き得ない。既存の企業概念を前提に、その一要素として CSR を捉えた考察ではなく、CSR という視点から企業そのもののあり方を問えら直し、共生を対話的に模索することが、企業という制度やその組織を救うために必要なかもしれない (日置 1994 参照)。

この CSR を企業制御の知として位置づける理解とその研究を精緻化するために、次の二点が残された検討課題となる。まず本稿は CSR 批判の考察を

(16) この点はフリードマン (1974, pp.322-3.) の CSR 批判の出発点でもある。かれは「CSR の教義を検討するに際して、(学問としての、そしてその妥当性を判断する前提として) 明瞭さを獲得するために先ずもってやらなければならないことは、CSR とは誰に対する責任であって、それは何を意味するのかを正確に問いつめることである」と指摘した。そして CSR 問題のほとんどは株式会社企業に向けられており、それが擬制である以上、責任の主体とはなり得ず、実質的にその責任を遂行するのは会社経営者になるが、株主の代理人であるはずの経営者が CSR という責任を果たすことはそれが代理人的であろうと、主体としてであろうと、自己責任不履行に該当するばかりか、公共領域侵犯を犯すことになる、というのである。

たたき台にしてきたが、CSR研究の諸見解・理論の論理を真正面から検討し直すことで、CSR研究のあり方そのものをリデザインする核にこの発想を据えることである。でなければ、既存のステイクホルダーアプローチを安易にCSRマネジメントに援用しようとする潮流を制止できないであろう。安易にステイクホルダーの要望を聞き入れ、関係を構築することをCSRの実践と解する見解はCSR研究を退化させてしまうからである。

次に、社会的責任企業 (socially responsible businesses: SRB) が存在する (高岡 2007 参照), という前提でそのビジネスモデルの事例研究を行い, 事実に応じて本稿の見解の論証を試みることである。

主要参考文献一覧

- ベイカン著, 酒井泰介訳 [2004] 『ザ・コーポレーション』早川書房 (Bakan, Joel [2004] *The Corporation: The Pathological Pursuit of Profit and Power*, Free Press)
- Bowen, H. R. [1953] *The Social Responsibilities of Businessman*, Harper & Row
- BSR [2002] *Designing a CSR Structure*, Business for Social Responsibility (BSR 著, CBCC 訳刊 [2002] 『「企業の社会的責任」に対応するための社内体制の構築』)
- Carroll, Archie B. [1979] “Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance”, *Academy of Management Review* Vol.4, No.4, pp.497–505.
- Clarkson, Max B.E. [1991] “Defining Evaluating, and Managing Corporate Social Performance: The Stakeholder Management Model”, *Research in Corporate Social Performance and Policy*, Vol. 12, pp.331–358.
- , [1998] “A Stakeholder Framework for Analysing and Evaluating Corporate Social Performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 1, pp.92–117./ in Clarkson, Max B. E. ed., *The Corporation and Its Stakeholders: Classic and Contemporary Readings*, University of Toronto Press, pp.243–273.
- Davis, Keith and Blomstrom, Robert L. [1975] *Business and Society; Environmental and Responsibility (3rd edition)*, McGraw-Hill
- Dodd, E. Merrick [1932/1998] “For Whom Are Corporate Managers Trustees? ”, *Harvard Law Review*, Vol.45, No.7, pp.1145–1163./ in Clarkson, Max B. E. ed., *The Corporation and Its Stakeholders: Classic and Contemporary Readings*, University of Toronto Press, pp.31–46.
- Donaldson, T. and Preston, L. E. [1998] “Foreword: Redefining the Corporation”, in Clarkson, Max B. E. ed., *The Corporation and Its Stakeholders: Classic and*

- Contemporary Readings*, University of Toronto Press, pp.vii–viii.
- エリス＝ティッセン著、有賀裕子訳 [2002] 『経営者の七つの大罪』 角川書店 (Ellis, Jonathan and Tissen, Rone [2002] *Seven Deadly Sins of Management*, Scripsum)
- Frederick, William.C. [1987] “Theories of Corporate Social Performance”, in Sethi, S. P. and Falbe, C. M. eds., *Business and Society : Dimensions of Conflict and Cooperation*, Lexington Books, pp.142–161.
- , [1998] “Moving to CSR4”, *Business and Society*, Vol.37, No.1, pp.40–59.
- フリードマン著、土屋守章訳 [1974] 「企業の社会的責任とは何か」, 『中央公論経営問題』, 第13巻, 第3号, pp.322–328. (Friedman, Milton [1970] “The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, *New York Times Magazine*, September 13, p.126)
- , 村井章子訳 [2008] 『資本主義と自由』 日経 BP (Friedman, Milton [1962] *Capitalism and Freedom*, The University of Chicago Press)
- Hayek, F. A. [1969] “The Corporation in a Democratic Society in Whose Interest Ought it and Will it be Run?”, Ansoff, H. I. ed., *Business Strategy*, Penguin Books, pp.225–239.
- ヘンドリックス＝ルードマン [1997] 『ハートフルサクセス』, 春秋社 (Hendricks, Gay and Ludeman, Kate [1996] *The Corporate Mystic*, Bantam Books)
- ハーツ著、鈴木淑美訳 [2003] 『巨大企業が民主主義を滅ぼす』 早川書房 (Hertz, Noreena [2001] *The Silent Takeover : Global Capitalism and the Death of Democracy*, Arrow)
- 日置弘一郎 [1994] 『文明の装置としての企業』 有斐閣
- 岩井克人 [2002] 「株式会社の本質」 大塚啓二郎他著 『現代経済学の潮流 2002』 東洋経済新報社, pp.73–105.
- 経済同友会編刊 [2003] 『「市場の進化」と社会的責任経営』
- , [2007] 『CSR イノベーション』
- , [2008] 『価値創造型 CSR による社会変革』
- ケネディー著、酒井泰介訳 [2002] 『株主資本主義の誤算』 ダイアモンド社 (Kennedy, Allan [2000] *The End of Shareholder Value*, Perseus Publishing)
- コーテン著、西川 潤監訳、櫻井 文訳 [1997] 『グローバル経済という怪物』 シュプリンガーフェアラーク東京 (Korten, David [1995] *When Corporations Rule the World*, Kumarin Press inc., and Berrett-Koehler Publishers Inc.)
- , 小南祐一郎・塚本しづ香訳 [2000] 「市場資本主義の偽りの勝利」, マンダー＝ゴールドスミス編著、小南祐一郎・塚本しづ香訳 『グローバル経済が世界を破壊する』 朝日新聞, pp.47–58. (Korten, D. C. [1996] “The Mythic Victory of Market Capitalism”, Mander, J. and Goldsmith, E. eds., *The Case Against The Global Economy*, Siera Club Books, pp.183–196.)
- レバイン他編著、倉骨彰訳 [2001] 『これまでのビジネスのやり方は終わりで』 日本

- 経済新聞社 (Levine, F., Locke, C., et al. eds. [2000] *The Cluetrain Manifesto*, Perseus Publishing)
- Levitt, T. [1958] “The Danger of Social Responsibility”, *Harvard Business Review*, Vol.36, No.5, pp.41-50.
- ルーマン著, 馬場靖雄・上村隆広訳 [1990] 『目的概念とシステム合理性』勁草書房 (Luhman, Niklas [1968] *Zweckbegriff und Systemrationalitat*, Mohr)
- マコワー他著, 下村満子監訳 [1997] 『社会貢献型経営のすすめ』シュプリンガーフェアラーク東京 (MaKower, Joel and BSR [1994] *Beyond the Bottom line*, Tilden Press)
- McGuire, J.B. [1963] *Business and Society*, McGraw-Hill
- ミルズ著, 林 大幹訳 [2004] 『アメリカ CEO の犯罪』シュプリンガーフェアラーク東京 (Mills, D.Quinn [2003] *Wheel, Deal, and Steal*, Financial Time Prentice Hall Books)
- ミッチェル著, 松野, 小坂監訳 [2003] 『社会にやさしい企業』同友館 (Mitchell, Neil J. [1989] *The Generous Corporation: A Political Analysis of Economic Power*, Yale University)
- ミッチェル著, 齋藤裕一訳 [2005] 『なぜ企業不祥事は起こるのか』麗澤大学出版会 (Mitchell, Lawrence E. [2001] *Corporate Irresponsibility*, Yale University Press)
- 森田 章 [1974a] 「米国における企業の社会的責任論の展開 (1)」『民商法雑誌』第70巻, 第3号, pp.31-59.
- , [1974b] 「米国における企業の社会的責任論の展開 (2)」『民商法雑誌』第70巻, 第4号, pp.66-106.
- 中原俊明 [1975a] 「米英における Corporate Social Responsibility の発展と現状 (1)」『民商法雑誌』第72巻, 第3号, pp.3-41.
- , [1975b] 「米英における Corporate Social Responsibility の発展と現状 (2)」『民商法雑誌』第72巻, 第4号, pp.3-35.
- 小田 章 [1992] 「現代企業の社会的役割と貢献」和歌山大学経済学部編刊『企業と社会の新しい関係システムの構築可能性』, pp.97-138.
- 奥村 宏 [2000] 『株式会社はどこへ行く』岩波書店
- , [2006] 『株式会社に社会的責任はあるか』岩波書店
- Porter, M. and Kramer, M. R. [2002] “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy”, *Harvard Business Review*, Dec., pp.56-68. (ポーター＝クラマー著, 沢崎冬日訳 [2003] 「競争優位のフィランソロピー」, 『ダイヤモンド・ハーバード・ビジネス』, 3月号, pp.24-43.)
- , [2006] “Strategy and Society : The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility”, *Harvard Business Review*, December, pp.78-92. (ポーター＝クラマー著, 村井 裕訳 [2008] 「競争優位の CSR 戦略」, 『ダイヤモンド・ハーバード・ビジネス・レビュー』, 1月号, pp.36-52.)

- Post, James E., Preston, Lee E. and Sachs, Sybille [2002] *Redefining The Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth*, Stanford Business Books
- 高橋伸夫 [2000a] 「超企業・組織の時代」, 高橋伸夫編著『超企業・組織論』有斐閣, pp.1-11.
- , [2000b] 「システムとしての組織・境界としての企業」, 高橋伸夫編著『超企業・組織論』有斐閣, pp.223-249.
- 高岡伸行 [2004] 「CSR マネジメントシステムの設計思想」『経営と経済』第 84 巻, 第 3 号, pp.253-282.
- , [2005] 「CSR パースペクティブの転換」『日本経営学会誌』第 13 号, pp.3-16.
- , [2006] 「ビジネスの正統性とイノベーションドライブにむけたステイクホルダーの統合様式」『経営と経済』第 85 巻, 第 3,4 号, pp.99-145.
- , [2007] 「SRB 概念の構成要素とその位相」『経済理論』第 340 号, pp.15-41.
- , [2009] 「戦略的企業フィランソロピー構想の陥穽」『経済理論』No.348, pp.31-57.
- 高岡伸行・谷口勇仁 [2003] 「ステイクホルダーモデルの脱構築」『日本経営学会誌』第 9 号, pp.14-25.
- 高岡伸行, 吉田高文 [2008] 『CSR の相克』『九州経済学会年報』第 46 集, pp.133-137.
- 谷口勇仁 [2006a] 「企業の社会的責任論への CSP 論的アプローチ」松野弘編著『企業の社会的責任論の形成と展開』, ミネルヴァ書房, pp.199-223.
- , [2006b] 「企業の社会的責任」櫻井克彦編著『現代経営学』税務経理協会, pp.95-116.
- 谷本寛治 [1987] 『企業権力の社会的制御』千倉書房
- ボーゲル著, 小松由紀子他訳 [2007] 『企業の社会的責任 (CSR) の徹底研究』, 一灯社 (Vogel, David [2005] *The Market for Virtue: The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*, The Brooking Institution)
- Werther Jr., William B. and Chandler, David [2006] *Strategic Corporate Social Responsibility : Stakeholders in a Global Environment*, SAGE
- 吉田高文 [2006] 「財務管理」櫻井克彦編著『現代経営学』税務経理協会, pp.169-91.